

CLIPPEDIMAGE= JP02002049739A
PAT-NO: JP02002049739A
DOCUMENT-IDENTIFIER: JP 2002049739 A
TITLE: METHOD AND DEVICE FOR STORING CONSUMER INFORMATION,
AND STORAGE MEDIUM

PUBN-DATE: February 15, 2002

INVENTOR-INFORMATION:

NAME	COUNTRY
ONISHI, TSUNEKI	N/A

ASSIGNEE-INFORMATION:

NAME	COUNTRY
INFOMANIA:KK	N/A

APPL-NO: JP2000238269

APPL-DATE: August 7, 2000

INT-CL_(IPC): G06F017/60; G06F017/40 ; G07G001/14

ABSTRACT:

PROBLEM TO BE SOLVED: To speedily and easily store exact consumer information.

SOLUTION: An identification code to be provided, while being attached to an article and authentication information for verifying the normality of this identification code are issued; an entry 114 for the personal information of an information provider is accepted and registered in a consumer information database 105; the identification code and an entry 113 of the authentication information from the information provider are accepted and the information of the article corresponding to this identification code is registered in the consumer information database 105, while being related to the personal information of the information provider.

COPYRIGHT: (C)2002,JPO

BEST AVAILABLE COPY

(19)日本国特許庁 (JP)

(12) 公開特許公報 (A)

(11)特許出願公開番号

特開2002-49739

(P2002-49739A)

(43)公開日 平成14年2月15日 (2002.2.15)

(51)Int.Cl'	識別記号	F I	コード(参考)
G 06 F 17/60	1 7 0	G 06 F 17/60	1 7 0 A 3 E 0 4 2
	3 2 4		3 2 4 5 B 0 4 9
	5 0 2		5 0 2
17/40	3 1 0	17/40	3 1 0 A
G 07 G 1/14		G 07 G 1/14	

審査請求 未請求 請求項の数10 OL (全9頁)

(21)出願番号 特願2000-238269(P2000-238269)

(22)出願日 平成12年8月7日(2000.8.7)

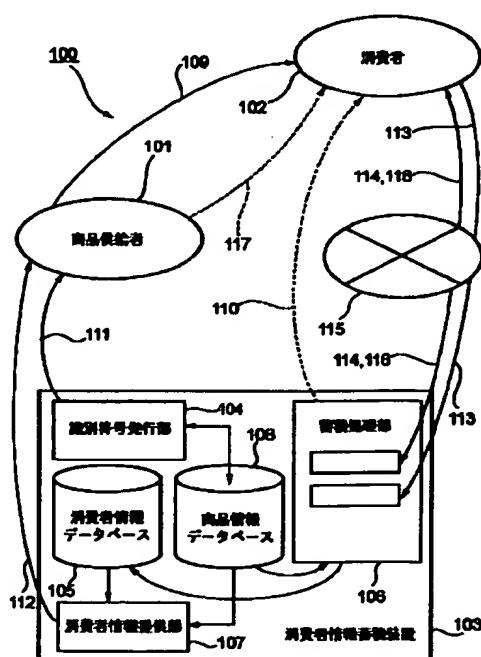
(71)出願人 300058282
株式会社インフォマニア
神奈川県横浜市青葉区つつじが丘20-1
(72)発明者 大西 恒樹
神奈川県横浜市青葉区つつじが丘20-1
株式会社インフォマニア内
(74)代理人 100087170
弁理士 富田 和子 (外1名)
F ターム(参考) 3E042 CB03 CC04 CD04 EA01
5B049 BB11 CC00 DD01 EE05 FF09
GG00 GG09 GG10

(54)【発明の名称】 消費者情報を蓄積するための方法、装置及び記憶媒体

(57)【要約】

【課題】正確な消費者情報を迅速かつ容易に蓄積する。
【解決手段】商品に付随して提供するための識別符号と該識別符号の正当性を検証するための認証情報とを発行し、情報提供者の個人情報の入力114を受け付けて消費者情報データベース105へ登録し、情報提供者からの識別符号及び認証情報の入力113を受け付け、該識別符号の対応する商品の情報を該情報提供者の個人情報に関連付けて消費者情報データベース105に登録する。

図1



【特許請求の範囲】

【請求項1】商品に付随して提供するための識別符号と、該識別符号の正当性を検証するための認証情報とを発行するステップと、

情報提供者の個人情報の入力を受け付けて、消費者情報データベースへ登録するステップと、

上記情報提供者からの上記識別符号及び上記認証情報の入力を受け付け、上記消費者情報データベースへ、上記商品の情報を、該情報提供者の上記個人情報に関連付けて登録するステップとを備えることを特徴とする消費者情報蓄積方法。

【請求項2】上記識別符号及び上記認証情報の入力は、インターネットを介して行われることを特徴とする請求項1記載の消費者情報蓄積方法。

【請求項3】上記識別符号及び上記認証情報は、該識別符号及び認証情報の表示箇所が被膜により覆われている書面を用いて、上記情報提供者へ通知されることを特徴とする請求項1又は2記載の消費者情報蓄積方法。

【請求項4】上記商品の情報の登録ごとに得点を蓄積し、該得点に応じて特典を付与することを特徴とする請求項1～3のいずれかに記載の消費者情報蓄積方法。

【請求項5】商品に割り当てられた識別符号と、該識別符号の正当性を検証するための認証情報を、商品に付随して提供する手段を備えることを特徴とする消費者情報蓄積方法。

【請求項6】上記商品は、物品又は役務であり、上記識別符号は、所定単位の物品又は役務ごとに割り当てられることを特徴とする請求項1～5のいずれかに記載の消費者情報蓄積方法。

【請求項7】請求項1～6のいずれかに記載の方法を実現するプログラムを保持することを特徴とする機械読み取り可能な記憶媒体。

【請求項8】商品に付随して提供するための識別符号と、該識別符号の正当性を検証するための認証情報を発行する手段を備えることを特徴とする消費者情報蓄積装置。

【請求項9】情報提供者の個人情報の入力を受け付けて、消費者情報データベースへ登録する手段と、商品に付隨して提供された識別符号と該識別符号の正当性を検証するための上記認証情報との入力を上記情報提供者から受け付ける手段と、

上記認証情報により上記識別符号の正当性を判定する手段と、

上記商品の情報を、上記情報提供者の上記個人情報に関連付けて上記消費者情報データベースへ登録する手段とを備えることを特徴とする消費者情報蓄積装置。

【請求項10】上記識別符号及び上記認証情報を発行する手段をさらに備えることを特徴とする請求項9記載の消費者情報蓄積装置。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、消費者に関する情報を迅速かつ容易に蓄積するための方法と、該方法を用いる消費者情報蓄積装置と、該方法を実現するためのプログラムを保持する記憶媒体に関するものである。

【0002】

【従来の技術】多様な商品、サービスが氾濫している現代においては、消費者の嗜好や動向を正確に把握し、それに則した商品、サービス、情報等を提供することや、優良顧客の囲い込みをすることが重要になっている。このため、各メーカーは、それぞれ個別的な調査により消費者の消費動向や嗜好といった消費者情報の獲得を図っている。

【0003】

【発明が解決しようとする課題】しかし、消費者情報の調査には、人手による多大な労力、時間、費用を要し、多様な商品に関する消費者情報をリアルタイムに蓄積することは非常に困難であった。

【0004】そこで本発明は、正確な消費者情報を迅速かつ容易に蓄積するための方法と、該方法を用いる消費者情報蓄積装置と、該方法を実現するためのプログラムを保持する記憶媒体とを提供することを目的とする。

【0005】

【課題を解決するための手段】上記目的を達成するため、本発明では、商品に付隨して提供するための識別符号と、該識別符号の正当性を検証するための認証情報を発行するステップと、情報提供者（消費者等）の個人情報の入力を受け付けて、消費者情報データベースへ登録するステップと、情報提供者からの識別符号及び認証情報の入力を受け付けて、上記商品の情報（例えば、識別符号や、品名など識別符号から導かれる何らかの情報、又は当該商品に関するものとして情報提供者から入力された情報など）を、該情報提供者の個人情報に関連付けて消費者情報データベースに登録するステップとを備える消費者情報蓄積方法が提供される。

【0006】さらに、本発明では、商品に割り当てられた識別符号と、該識別符号の正当性を検証するための認証情報を、商品に付隨して提供する消費者情報蓄積方法が提供される。

【0007】また、本発明では、本発明の消費者情報蓄積方法を実現するプログラムを保持する、光ディスク、磁気ディスク、光磁気ディスクといった機械読み取り可能な記憶媒体が提供される。

【0008】さらに、本発明では、商品に付隨して提供するための識別符号及びその正当性を検証するための認証情報を発行する手段を備える消費者情報蓄積装置が提供される。

【0009】また、本発明では、情報提供者の個人情報の入力を受け付けて、消費者情報データベースへ登録する手段と、商品に付隨して提供された識別符号と該識別

符号の正当性を検証するための認証情報との入力を情報提供者から受け付ける手段と、認証情報により識別符号の正当性を判定する手段と、商品の情報を、情報提供者の上記個人情報に関連付けて消費者情報データベースへ登録する手段とを備える消費者情報蓄積装置が提供される。

【0010】

【発明の実施の形態】以下、図面を用いて本発明の実施例を具体的に説明する。なお、本実施例では、商品の消費者への提供は販売によるものとし、消費者は商品を購入するものとするが、本発明はこれには限られず、商品の提供形態はどのようなものであっても構わない。

【0011】また、本実施例では商品に識別符号（本実施例では購入識別符号）を割り当てるが、ここで商品とは商取引可能なものであれば物品に限定されるものではなく、役務等であってもよい。さらに、個別の物品又は役務と購入識別符号とを一対一対応させる必要はなく、例えば、同一販売店内における購入金額、購入数量などが一定の値に達するごとに購入識別符号を割り当てるというように、所定単位の物品又は役務に対して一つの購入識別符号を割り当てて消費者へ供するようにしてもよい。

【0012】A. システム構成

本発明を適用した消費者情報蓄積システムの構成例を図1に示す。本実施例のシステム100では、商品の供給者（製造業者、販売業者など）101は、消費者102へ商品を供給（販売）109する際、消費者情報蓄積装置103が発行111した購入識別符号及び認証情報を消費者へ供する。

【0013】購入識別符号は、個々の商品（一つ又は所定単位の、物品又は役務）を識別するための、重複のないユニークな符号である。認証情報は、購入識別符号の正当性を検証するための情報であり、本実施例では、購入識別符号から特定のアルゴリズムによって導かれ、電子署名の役割を果たすデータである。これら購入識別符号と認証情報を組み合わせることにより、入力された購入識別符号に対して上記アルゴリズムを再実行した結果得られたデータが、入力された認証情報と一致するか確認することで、購入識別符号の正当性を判定することができる。なお、認証情報としては、このようなアルゴリズムにより算出されるデータのほかに、購入識別符号と対応付けられたパスワードを用いることもできる。しかし、本実施例のようにすれば、個々の購入識別符号と認証情報を関連付けて記憶しておく必要がないため好ましい。

【0014】購入識別符号及び認証情報の消費者への提供方法は特に限定されるものではなく、書面、音声、画像、電子データなどいかなる形態で提供してもよい。これらのうち、利便性の点から特に書面による提供が好ましい。なお、書面により提供する場合は、提供先の消費

者以外の者が知ることのできないよう、購入される物品のパッケージ内に書面を封入するか、封書内に書面を封入したり、スクラッチカード（これらの情報の表示箇所が被膜により覆われている書面）等を用いるなど、外観上これらのデータを認識できない形で消費者へ提供することが望ましい。また、商品の供給経路109は特に限定されるものではなく、既存の流通経路を経ることがができる。

【0015】一方、消費者102は、あらかじめ、氏名、住所などの個人情報を消費者情報蓄積装置103へ登録114し、消費者ごとの識別符号（以下、消費者ID）及びパスワードの発行116を受けておく。その後、商品を購入した消費者102は、その商品に割り当てられた購入識別符号及び認証情報を、消費者ID及びパスワードとともに消費者情報蓄積装置103へ通知113する。ここで、消費者102と消費者情報蓄積装置103との間のデータの授受は、電話回線や専用の通信回線によって行ってもよく、LAN（Local Area Network）やインターネットなどの既存のネットワーク115を介して行ってもよい。特にインターネットを介してデータの授受を行う場合は、消費者102にとっての利便性が非常に高いことから、消費者102の登録率の向上が見込まれるため好ましい。

【0016】購入識別符号及び認証情報の通知を受けた消費者情報蓄積装置103は、認証情報を用いて、入力された購入識別符号の正当性を検証し、正当であれば、通知もとの消費者に関する個人情報と対応付けて、購入識別符号及び認証情報を消費者情報データベース105に登録し、例えば、類似商品の広告を消費者102が購入識別符号の通知に使用している情報処理装置の表示画面に表示させるといった、商品の品目ごとにあらかじめ定められた処理を行う。また、消費者情報蓄積装置103は、商品ごとにあらかじめ定められている購入ポイント（得点）を、当該消費者に関してすでに蓄積されている購入ポイントに加算する。

【0017】この蓄積された購入ポイントは、消費者102に対する特典の付与110の際、どのような特典を付与するかの判断に用いられる。すなわち、消費者102に付与される特典には、あらかじめ必要とされる購入ポイントが定められており、消費者102は、蓄積された購入ポイントに応じて選択した特典を受けることができる。消費者102から特典を要求されると、消費者情報蓄積装置103は、付与する特典の消費者102による選択を受け付けて、選択された特典を付与110するための処理を行う。なお、本実施例ではこのような特典の付与により消費者の登録への意欲を惹起することによって登録率を向上させることができるとともに、利益を消費者に還元することができる。ただし、必要がない場合は、この特典の付与は省略してもよい。また、本実施例では、要求に基づいて特典の付与が行われるが、購入

ポイントが所定の値に達すると自動的に特典を付与するようにしてもよく、一定の条件を満たす消費者102を対象にした抽選により特典を付与するようにしてもよい。

【0018】さらに、商品供給者110から消費者情報を要求されると、消費者情報蓄積装置103は、登録された消費者情報から通知すべき情報を抽出し、要求元へ通知112する。なお、本実施例では、要求に基づいて消費者情報の通知112が行われるが、消費者102から入力された購入識別符号を消費者情報データベース105へ登録することに、該購入識別符号が対応する商品の商品供給者101に対して、当該消費者102の情報を通知するようにしてもよい。

【0019】この消費者情報の通知を受けた商品提供者110は、この情報を適宜使用して、商品開発や販売促進活動などを行うことができる。なお、商品提供者110の側でも、上述の消費者情報蓄積装置103の場合と同様、該消費者に対応して蓄積された購入ポイントに応じて、特典を付与117するようにしてもよい。

【0020】B. 消費者情報蓄積装置

(1) ハードウエア構成

消費者情報蓄積装置103は、図2に示すように、中央演算処理装置(CPU)21と、主記憶装置22と、外部記憶装置23と、入出力装置24と、インターフェース部25とを備える情報処理装置である。インターフェース部25は、回線26を介してネットワーク115に接続されている。なお、回線26は有線であると無線であると問わない。

(2) 機能構成

本実施例の消費者情報蓄積装置103は、図1に示すように、購入識別符号を発行する識別符号発行部104と、消費者情報を蓄積するための消費者情報データベース105と、消費者からの入力を受けて消費者情報を消費者情報データベース105へ格納する蓄積処理部106と、消費者情報データベース105に蓄積された消費者情報を読み出して外部へ通知する消費者情報提供部107と、商品に関する情報を保持するための商品情報データベース108とを備える。

【0022】これらのデータベース105、108は、外部記憶装置23に設けられた記憶領域であり、データベース管理システム(DBMS:図示せず)によって管理されている。ここで用いられるDBMSには特に限定ではなく、通常用いられているものを適宜使用することができる。

【0023】識別符号発行部104、蓄積処理部106及び消費者情報提供部107は、本発明では、それぞれ、あらかじめ外部記憶装置23に保持され、必要に応じて主記憶装置22へ読み出されたプログラムをCPU21が実行することにより実現される。しかし、本発明はこのようなソフトウェアによる実現手段に限定される

ものではなく、ハードワイヤードロジックを含むハードウエア装置により実現してもよく、また、これらの組み合わせにより実現してもよい。

【0024】さらに、本実施例では、識別符号発行部104、蓄積処理部106及び消費者情報提供部107を1台の情報処理装置103により実現しているが、それぞれ異なる装置により実現するようにしてもよい。このようにする場合、直接ネットワーク115に接続する必要のある蓄積処理部106をWebサーバにより構成し、このWebサーバと通信回線を介して接続された別の情報処理装置により識別符号発行部104及び消費者情報提供部107を実現すればよく、識別符号発行部104及び消費者情報提供部107は同一の装置及び異なる装置のいずれに設けても構わない。また、このようにする場合、消費者情報データベース105、商品情報データベース108及びDBMSは、それらのいずれの情報処理装置に設けてもよく、さらに別の情報処理装置に設けることもできる。消費者情報データベース105及び商品情報データベース108を別々の情報処理装置に設けてもよい。

【0025】(3) データベース

本実施例の消費者情報データベース105は、図3に示すように、消費者ごとに(すなわち、消費者ごとに)、消費者情報記憶領域30を備える。消費者情報記憶領域30は、該消費者の消費者ID及びパスワードの記憶領域31、32と、消費者の氏名331、年齢332、住所333、電話番号334、電子メールアドレス335、蓄積された購入ポイント336及び登録された商品の数337といった個人情報の記憶領域33と、該消費者の入力した購入識別符号341、認証情報342及びコメント343を保持する購入商品情報記憶領域34とを備える。なお、個人情報の記憶領域33などの具体的データ構成については、登録が必要な情報に応じて適宜変更することができる。

【0026】また、本実施例の商品情報データベース108は、図4に示すように、商品の品目ごとに、該品目の商品名の記憶領域41、割り当てられた購入識別符号の最小値の記憶領域42、商品数の記憶領域43、商品提供者101の記憶領域44、購入登録時に追加される購入ポイントの記憶領域45、購入登録後の処理内容の記憶領域46、及び、追加レコードへのリンクの記憶領域47を備える。

【0027】本実施例では、購入識別符号として連続した数字を用いるため、その最小値と商品数とにより同一品目の商品に割り当てられた一連の購入識別符号を認識することができることから、商品情報データベース108に購入識別符号最小値記憶領域42及び商品数記憶領域43が設けられているが、例えば最小値と最大値とを記憶するようにしてもよく、購入識別符号をすべて保持するようにしてもよい。認証情報としてパスワードを用

いる場合には、全購入識別符号を保持するようにし、各符号にそれぞれパスワードを関連付けてあらかじめ記憶させておけばよい。

【0028】なお、消費者情報蓄積装置の側で特典の提供を行わない場合、消費者情報データベース105及び商品情報データベース108に購入ポイントの記憶領域336、45を設けなくてもよい。

【0029】(4) 識別符号発行部

本実施例の消費者情報蓄積装置103は、入出力装置24又はインターフェース部25を介して購入識別符号の発行又は商品情報データベース108の更新が要求されると、識別符号発行部104を起動する。

【0030】起動された識別符号発行部104は、図5に示すように、要求が購入識別符号の発行であれば(ステップ501)、購入識別符号を発行する品目の商品名及び供給元の入力を受け付けて(ステップ502)、商品情報データベース108の商品名記憶領域41及び商品提供者記憶領域44を参照して、該品目がすでに商品情報データベース108に登録されているか否か検査する(ステップ503)。

【0031】ここで、未登録であれば、識別符号発行部104は、商品情報データベースに当該品目に関する新たなレコード(図4では行として表わされている)の領域48を確保し、商品数、購入ポイント及び登録後の処理に関する情報の入力を受け付て(ステップ504)、上述の新たに確保した領域へ格納する(ステップ505)。

【0032】また、すでに符号を要求された品目が登録済みであれば、識別符号発行部104は、商品情報データベースに当該品目に関するレコードを追加するための行(レコード)の領域48を確保し、商品数に関する情報の入力を受け付て(ステップ506)、上述の新たに確保した領域48へ、商品名、提供者、購入ポイント及び登録後処理の情報とともに格納し、同一品目のレコードのうち、リンク記憶領域47が初期値のままになっているレコードのリンク記憶領域47に、この新たに追加されたレコード領域48へのリンクを格納する(ステップ507)。

【0033】続いて、識別符号発行部104は、ステップ504又はステップ506において入力された商品数分の未使用連続番号を、要求された購入識別符号として割り当て、その最小値をステップ505又は507で確保したレコード領域48の購入識別符号最小値記憶領域42へ格納して(ステップ508)、割り当てた購入識別符号を入出力装置24又はインターフェース部25を介して出力する(ステップ509)。この出力は、どのような形態で行われてもよいが、例えば、入出力装置24により購入識別符号及び認証情報が印刷されたスクラッチカードを作成し、これを要求元へ配達するようにしてもよく、インターフェース部25を介して電子データとし

て要求元へ通知するようにしてもよい。

【0034】また、商品情報データベース108の更新が要求された場合(ステップ501)、起動された識別符号発行部104は、編集対象の品目の商品名及び供給元と、編集する購入ポイント、登録後処理等の商品情報の内容との入力を受け付けて(ステップ510)、当該品目に関する商品情報データベース108内の全レコードについて、入力内容に応じた編集を行う(ステップ511)。

【0035】(5) 蓄積処理部

本実施例の消費者情報蓄積装置103は、インターフェース部25を介して購入識別符号の登録又は特典の付与が要求されると、蓄積処理部106を起動する。

【0036】起動された蓄積処理部106は、図6に示すように、要求が購入識別符号の登録であれば(ステップ601)、消費者IDに対して消費者IDをすでに有しているか否か問い合わせる(ステップ602)ここで、要求元がすでに消費者IDを有していれば(ステップ602)、蓄積処理部106は、消費者IDとパスワードとの入力を受け付けて、パスワードにより入力者の正当性を確認する(ステップ603)。また、消費者IDをまだ持たない消費者からの要求であれば(ステップ602)、蓄積処理部106は、消費者情報データベースに新たな消費者情報記憶領域30を確保し、氏名、住所等の個人情報の入力を受け付け(ステップ604)、入力された情報をこの新たな消費者情報記憶領域30の個人情報記憶領域33に格納し、消費者ID及びパスワードを発行して、消費者ID記憶領域31及びパスワード記憶領域33に格納するとともに、インターフェース部25を介して、登録要求元に通知する(ステップ605)。

【0037】続いて、蓄積処理部106は、インターフェース部25を介して、消費者IDが通信に使用している情報処理装置の表示画面に、図7に示すような、購入識別符号の入力領域71、認証情報の入力領域72及びコメントの入力領域73を備える購入識別符号入力画面70を表示させ、これらの入力領域への入力を受け付ける(ステップ606)。

【0038】次に、蓄積処理部106は、入力された認証情報を用いて、入力された購入識別符号の正当性を検証し(ステップ607)、不当であれば消費者IDの表示画面にその旨を表示させて(ステップ608)、再度入力を受け付ける(ステップ606)。また、ステップ607において入力された購入識別符号の正当性が確認されれば、蓄積処理部106は、購入ポイント記憶領域336の保持する値を、入力された識別符号が対応する品目に関連付けられて商品情報データベース108の購入ポイント記憶領域45に保持されている値の分だけ増加させ(ステップ609)、入力された購入識別符号、認証情報及びコメントを購入商品情報記憶領域34

へ登録するとともに、登録商品数337を新たに登録された商品の分だけ増加させる（ステップ610）。

【0039】以上の処理により新たな購入識別符号の登録が完了すると、蓄積処理部106は、最後に、新たに登録された商品の品目に関連付けられて商品情報データベース108の登録後処理記憶領域46に保持されている処理を実行する（ステップ611）。このステップ611における処理は、例えば、あらかじめ定められたURL（Uniform Resource Locator）のWebページを表示させることにより、アンケート、広告、資料請求リスト、商品説明、関連商品の紹介などの画面を、登録要求元の消費者102の表示画面に表示させるといったことが考えられる。

【0040】このように、本実施例では、登録された商品の品目に応じてあらかじめ定められた処理が自動的に実行されるため、購入した商品に関する情報を消費者に迅速かつ簡便、容易に提供することができるとともに、対象を限定した効果的な広告宣伝活動及び販売促進活動を行うことができる。また、本実施例では登録後処理が商品の品目ごとに定められているが、購入商品情報記憶領域34に保持された情報を分析し、購入された商品の品目等から当該消費者の嗜好を判定し、その嗜好に応じた処理（情報の提供等）を行うようにしてもよい。

【0041】一方、特典の付与が要求された場合（ステップ601）、起動された蓄積処理部106は、消費者IDの入力を受け付けて（ステップ612）、消費者情報データベース105から、入力された消費者IDに対応する消費者情報記憶領域30の購入ポイント記憶領域336に保持された購入ポイントを読み出し、図8に示すように、当該購入ポイント81と、選択可能な特典の一覧表82とを備える選択入力画面80を、要求元の消費者102の表示画面に表示させ、一覧表82に列挙された各特典ごとに設けられた選択領域83により、特典の選択を受け付ける（ステップ613）。特典が選択されると、蓄積処理部106は、該特典に応じてあらかじめ定められた処理を行う（ステップ614）。

【0042】このステップ614において行われる処理としては、例えば、入出力装置24を介して、特典として選択された物品の配送を指示する伝票を出力したり、インターフェース部25を介して、要求元の消費者102が通信に用いている情報処理装置に、特典として選択されたデータを配信するといったことが考えられる。

【0043】(6) 消費者情報提供部

本実施例の消費者情報蓄積装置103は、入出力装置24又はインターフェース部25を介して、商品供給者10等のあらかじめ定められたユーザから消費者情報の提供が要求されると、消費者情報提供部107を起動する。

【0044】起動された消費者情報提供部107は、図9に示すように、情報を受け付ける品目の商品名の入力

を受け付け（ステップ901）、商品情報データベース108を検索して当該品目の全購入識別符号を抽出し（ステップ902）、消費者情報データベース105を検索して、この検出された購入識別符号が登録されている消費者情報記憶領域30をすべて抽出して（ステップ903）、その内容を入出力装置24又はインターフェース部25を介して出力する（ステップ904）。

【0045】なお、本実施例では、商品の品目ごとに情報が提供されるが、提供される情報は特に限定されるものではなく、消費者情報データベース105に保持されたデータを適宜抽出、加工、編集して出力することができる。例えば、類似品目について集計した結果を提供するようにもよく、消費者情報データベース105に登録された全消費者についてその購入商品の品目、コメント等から当該消費者の嗜好などを分析し、消費者全体の消費傾向を推論して、その結果を出力するようにしてもよい。

【0046】

【発明の効果】本発明によれば、特段の流通経路や商品に限定することなく、通常の市販されている商品であっても、その購入者に関する情報を迅速かつ容易に蓄積することができる。この蓄積された消費者情報は、消費者の消費動向の調査や、個々の消費者の嗜好に沿った個別の宣伝などに、幅広く利用することができる。

【0047】また、本発明では、購入識別符号に認証情報を附加するため、符号の偽造や不正使用を回避することができる。このため、本発明では一つのメーカーの商品に限られることなく多種多様な商品を対象として汎用的にシステム展開することができ、豊富な消費者情報を得ることができる。

【0048】さらに本発明では、多様な商品に係る商取引の消費者情報を一括して蓄積することができる。現在、各商品提供者は、ポイント制など独自の販売促進キャンペーンを独自に行うことにより顧客の拡大及び固定化を図っている。しかし、従来のキャンペーン施策はメーカーやサービス主体の単位で個別に行われているため、消費者はそれぞれの調査、キャンペーンごとに個別に参加しなければならず、同じ情報を何度も記入／入力するといった手間が生じていた。これに対して、本発明によれば、一供給者の商品に限定されることなく消費者情報が蓄積されるため、消費者の個人情報の入力が一度為されれば、その後は入力を繰り返す必要がなく、消費者の利便性が高まるほか、セキュリティ上の安全性も高いという利点もある。

【図面の簡単な説明】
【図1】 実施例における消費者情報蓄積システムの全体構成を示す説明図である。
【図2】 実施例における消費者情報蓄積装置のハードウェア構成図である。

【図3】 実施例における消費者情報データベースのデ

11

ータ構造を示す説明図である。

【図4】 実施例における商品情報データベースのデータ構造を示す説明図である。

【図5】 実施例における識別符号発行部の処理を示す流れ図である。

【図6】 実施例における蓄積処理部の処理を示す流れ図である。

【図7】 商品購入登録画面の例を示す説明図である。

【図8】 特典選択画面の例を示す説明図である。

【図9】 実施例における消費者情報提供部の処理を示す流れ図である。

【符号の説明】

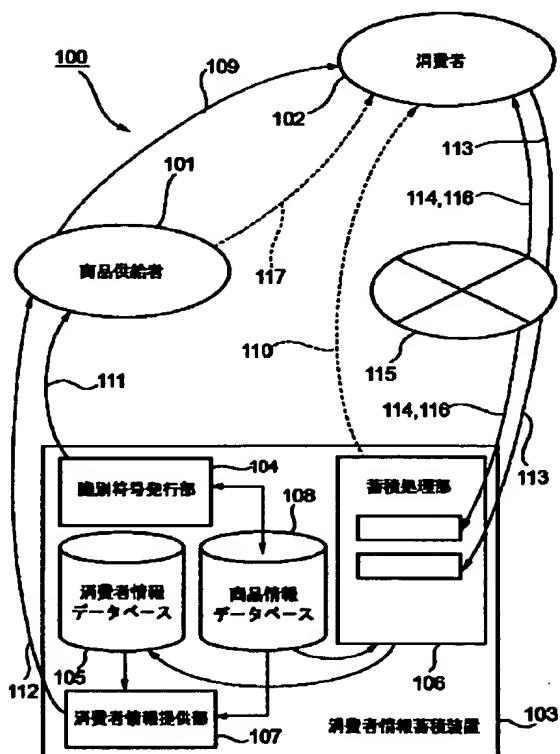
21…中央演算処理装置(CPU)、22…主記憶装

12

置、23…外部記憶装置、24…入出力装置、25…インターフェース部、26…通信回線、100…消費者情報蓄積システム、101…商品供給者、102…消費者、103…消費者情報蓄積装置、104…識別符号発行部、105…消費者情報データベース、106…蓄積処理部、107…消費者情報提供部、108…商品情報データベース、109…商品の提供、110…購入特典の提供、111…購入識別符号及び認証情報の通知、112…消費者情報の提供、113…消費者情報の入力、114…個人情報の入力、115…ネットワーク、116…ID及びパスワードの通知、117…購入特典の提供。

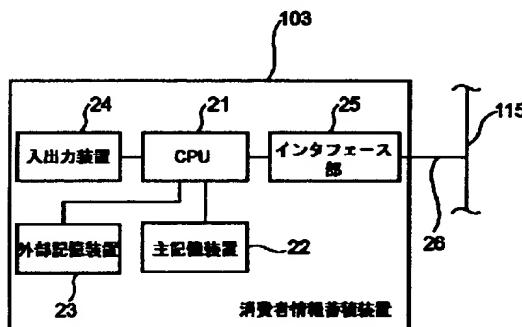
【図1】

図1



【図2】

図2



【図7】

図7

This figure shows a user interface for purchase registration. It features three input fields: '購入ID' (Purchase ID) with a value of '71' (70), '認証コード' (Authentication Code) with a value of '72' (73), and 'コメント' (Comment) with a value of '74'. At the bottom are two buttons: '戻る' (Back) on the left and '次へ' (Next) on the right.

【図3】

図3

106

【図4】

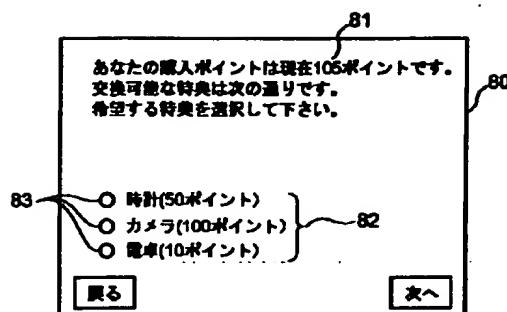
図4

商品名	購入識別符号最小値	商品数	提供者	購入 ポイント	登録後処理	リンク

414243444546108

【図8】

図8



80

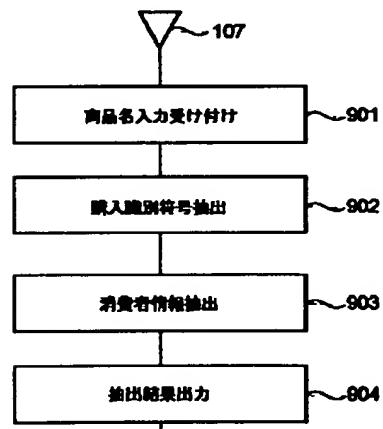
81

82

83

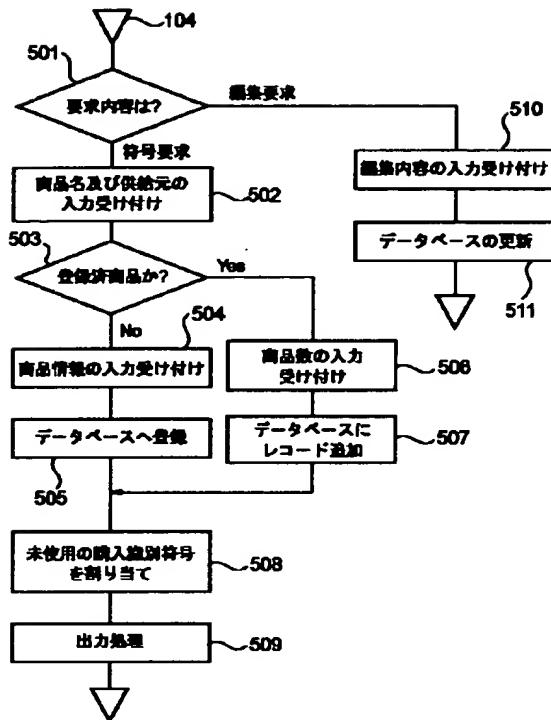
【図9】

図9



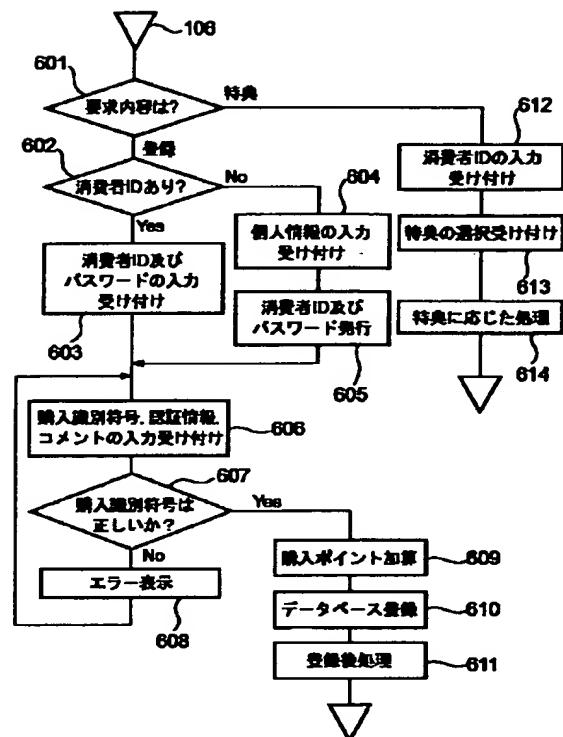
【図5】

図 5



【図6】

図 6



**This Page is Inserted by IFW Indexing and Scanning
Operations and is not part of the Official Record**

BEST AVAILABLE IMAGES

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images include but are not limited to the items checked:

- BLACK BORDERS**
- IMAGE CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES**
- FADED TEXT OR DRAWING**
- BLURRED OR ILLEGIBLE TEXT OR DRAWING**
- SKEWED/SLANTED IMAGES**
- COLOR OR BLACK AND WHITE PHOTOGRAPHS**
- GRAY SCALE DOCUMENTS**
- LINES OR MARKS ON ORIGINAL DOCUMENT**
- REFERENCE(S) OR EXHIBIT(S) SUBMITTED ARE POOR QUALITY**
- OTHER:** _____

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

As rescanning these documents will not correct the image problems checked, please do not report these problems to the IFW Image Problem Mailbox.